

Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial

Forms of Millennial Generation Etiquette in Social Media

Sri Hapsari Wijayanti^{1*}, Kasdin Sihotang²,
Vanessa Emmily Dirgantara³ dan Maytriyanti⁴

- ¹ Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta, Indonesia, Email: sri.hapsari@atmajaya.ac.id
 - ² Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta, Indonesia, Email: kasdin.sih@atmajaya.ac.id
 - ³ Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta, Indonesia, Email: vanessa.201901020111@atmajaya.ac.id
 - ⁴ Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta, Indonesia, Email: may.201901020106@atmajaya.ac.id
- * Penulis Korespondensi

Article Info

Article History

Received

31 Jan 2021

Revised

24 Jan 2022

Accepted

12 Feb 2022

Keywords:

'alay' language, ethic, politeness language, social media, sarcasm

Kata kunci:

bahasa *alay*, etika, kesantunan bahasa, media sosial, sarkasme

Abstract: This study aims to reveal and identify the ethical forms of social media for the millennial generation in Jakarta. Participants involved in this study amounted to 268 people from a private university in Jakarta. The social media observed were Facebook, Instagram, WhatsApp, and Line. The research was carried out by distributing online questionnaires, online interviews, documentation, and non participant observation on the application of group lectures and student affairs group. The results show that the use of language in social media is largely determined by the relationship between participants. Lecturer relations with students tend to use formal language, while with non-formal colleagues. Forms of social media etiquette include not offending other people, rereading messages before sent, choosing the right time, choosing polite words to ask for permission, saying greetings, saying thank you, introducing yourself, and not interrupting the conversation. Nevertheless, violations of communication ethics in the form of dirty and rude speech (sarcasm) addressed to colleagues and the party being discussed are still found.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mengungkap dan mengidentifikasi bentuk-bentuk etika bermedia sosial generasi milenial di Jakarta. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 268 orang dari satu perguruan tinggi swasta di Jakarta. Media sosial yang diamati adalah Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Line. Penelitian dikerjakan dengan menyebarkan kuesioner secara daring, wawancara daring, dokumentasi, dan pengamatan tidak terlibat pada aplikasi grup perkuliahan dan kemahasiswaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa di media sosial sangat ditentukan relasi di antara partisipan. Relasi dosen dengan mahasiswa cenderung menggunakan bahasa formal, sedangkan dengan teman sejawat non formal. Bentuk-bentuk etika bermedia sosial meliputi tidak menyinggung perasaan orang lain, membaca ulang pesan sebelum dikirim, memilih waktu yang tepat, memilih kata yang sopan untuk meminta izin, mengucapkan salam, mengucapkan terima kasih, memperkenalkan diri, dan tidak memotong pembicaraan. Meskipun demikian, pelanggaran terhadap etika berkomunikasi berupa tuturan kotor dan kasar (sarkasme) yang ditujukan kepada teman sejawat dan pihak yang dibicarakan masih ditemukan.

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengubah gaya hidup manusia. Jejaring sosial, seperti media sosial, sudah mendominasi komunikasi di dunia maya. Media sosial memberi kemudahan dalam berkomunikasi tanpa terhalang ruang dan waktu untuk menjalin pertemanan atau sekadar bertukar informasi. Keberadaan media sosial menggerakkan semua pengguna untuk bereaksi memberi umpan balik secara terang-terangan, mengomentari, dan membagikan informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas (Cahyono, 2016; Wood, 2011). Pengguna media sosial secara tidak disadari telah membentuk suatu komunitas virtual (Fahrimal, 2018).

Pemakaian TIK yang begitu bebas dan terbuka berdampak negatif bagi penggunaannya. Misalnya, pengguna tidak selektif atas konten yang pantas atau tidak pantas untuk disampaikan dan disebarluaskan. Selain itu, penggunaan bahasa di media sosial sudah menyimpang dari kaidah-kaidah bahasa Indonesia (Maulidi, 2015). Ini menunjukkan bahwa sepertinya tidak ada koridor-koridor yang ketat dalam berkomunikasi di media sosial jikapun ada, hal itu tidak diperhatikan. Akibatnya, banyak terjadi pelanggaran tata krama dalam berkomunikasi (Syaeba, 2016).

Media sosial dan internet telah menimbulkan masalah pertentangan nilai etis dan moral (Besley & Chadwick, 1992; Fahrimal, 2018). Etika di media sosial dikesampingkan karena keleluasaan yang difasilitasi media sosial sebagai ruang untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Dengan media sosial, pengguna dengan mudah mencari atau menambah teman, menginformasikan sesuatu, mengemukakan perasaan atau ide, mengungkapkan rasa

atau emosi ke dalam kata-kata, gambar, atau foto, bahkan meneruskan berita (Wood, 2011). Keleluasaan ruang untuk berbagi ini tidak jarang menyebabkan ujaran yang menyinggung perasaan, menyakiti secara tidak langsung, *mem-bully*, baik kepada mitra bicara maupun pihak di luar mitra bicara. Inilah yang dikatakan dewasa ini telah terjadi krisis etika (Astajaya, 2020).

Arus komunikasi di media sosial seperti dalam kehidupan nyata tidak luput dari pentingnya menjunjung tinggi etika berkomunikasi. Kebebasan di media sosial bukanlah kebebasan tanpa batas. Sebaliknya, perlu tetap memperhatikan nilai, norma, dan aturan kemanusiaan layaknya berinteraksi di dunia nyata (Besley & Chadwick, 1992; Fahrimal, 2018). Etika bukan sekadar tuturan yang dituliskan, melainkan juga ada maksud baik yang dinyatakan dengan kesabaran dan empati dalam berkomunikasi sehingga menciptakan keharmonisan berkomunikasi, saling menghargai, saling mendukung, dan saling menghormati di antara sesama pengguna media sosial (Johannesen et al., 2008; Mutiah et al., 2019).

Etika berkomunikasi erat kaitannya dengan penggunaan bahasa yang santun, tidak menjerus dan membangkitkan emosi negatif, menghindari SARA, berhati-hati menyebarkan foto yang tidak umum (Rachman & Jakob, 2020); tidak *mem-bully*, mengatakan sesuatu dengan baik, membaca kembali apa yang ditulis, menyapa seseorang, dan mengecek pesan sebelum dikirim (Chrystal, 2006; Johannesen et al., 2008). Pranowo menambahkan bahwa untuk berbicara santun, perlu memperhatikan, antara lain kesadaran penutur dalam menjaga perasaan petutur, menjaga tuturan agar dapat diterima petutur, menjaga tuturan

agar memperlihatkan posisi petutur berada lebih tinggi daripada penutur, apa yang dikatakan petutur turut dirasakan penutur (Pranowo, 2012).

Menurut Searle, setiap ujaran mempunyai fungsi represif, direktif, ekspresif, komisif, atau deklaratif (Chaer, 2010; Searle, 1969). Dari fungsi-fungsi yang digunakan tersebut, terdapat tanggung jawab penutur untuk menjaga kesantunan berkomunikasi (Wood, 2011). Ujaran dikatakan santun apabila tidak terdengar memaksa atau angkuh, memberi pilihan atau tindakan kepada mitra bicara, dan mitra bicara merasa senang (Chaer, 2010).

Kesantunan juga ditunjukkan dengan ketepatan dan kejelasan tuturan, saling mematuhi dan saling menghargai pihak lain, berusaha menyelamatkan muka, dan terbentuk kerja sama yang baik (Diana, 2016; Hyun & Ru, 2021). Brown dan Levinson mengatakan bahwa dalam berkomunikasi, penutur perlu membedakan muka positif dan muka negatif. Muka positif mengacu pada citra diri seseorang tentang apa yang dilakukan, dimiliki, atau nilai yang diyakini diakui orang lain sebagai hal yang baik atau patut dihargai. Sebaliknya, muka negatif merujuk pada citra diri seseorang untuk dihargai dengan cara membiarkannya secara leluasa melakukan sesuatu (Brown & Levinson, 1987).

Dewasa ini, seperti dilaporkan *We Are Social* (perusahaan media sosial asal Inggris) dan *Hootsuite*, ada 160 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2020, dan pengguna umumnya berusia 18--34 tahun (Pertiwi, 2019). Mereka digolongkan generasi milenial atau generasi digital, yaitu generasi yang tumbuh pada era internet (Santoso et al., 2020). Keingintahuan mereka yang besar terhadap teknologi seyogianya diimbangi dengan etika yang memandu mereka untuk

mengontrol apakah komunikasi di dunia maya sudah sesuai dengan norma dan bermanfaat (Rianto, 2019). Upaya memandu diperlukan agar mereka terbentuk menjadi generasi muda yang berbudaya atau berkarakter (Latif, 2020).

Penelitian ini menggunakan data empiris dari pengguna media sosial terbanyak, yaitu generasi milenial yang duduk di bangku kuliah. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya menggunakan data dari satu *platform* media sosial dan berfokus pada pembelajaran bahasa (Abbas et al., 2019; Abbasova, 2019; Diana, 2016; Manan, 2018; Maulidi, 2015), penelitian ini menggunakan data lebih dari satu *platform* media sosial dan menggabungkan metode deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan mengungkap etika berbahasa generasi milenial. Penelitian ini bertujuan mengungkap pilihan bahasa yang digunakan mahasiswa di salah satu perguruan tinggi swasta di Jakarta serta mengidentifikasi bentuk-bentuk etika dalam bermedia sosial.

METODE

Partisipan penelitian ini adalah mahasiswa dari sebuah universitas swasta di Jakarta berjumlah 268 orang, dengan karakteristik: mayoritas perempuan (68%) dan berusia 19--21 tahun (79%). Kriteria utama pemilihan partisipan adalah mahasiswa aktif pada semester ganjil 2020/2021 dari berbagai fakultas atau program studi. Dalam penelitian ini, penulis mendeskripsikan fakta berbahasa generasi milenial dalam latar ilmiah dari sumber primer, yaitu percakapan di media sosial yang digunakan mahasiswa untuk berkomunikasi.

Selain pendekatan kualitatif deskriptif yang memotret pemakaian bahasa yang sebenarnya, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara daring melalui *g-form*. Partisipan yang mengisi *g-form* dipilih secara acak tanpa memandang asal fakultas, program studi, gender, dan tahun masuk kuliah. *G-form* berisi pertanyaan tertutup terkait pandangan partisipan mengenai bahasa dan etika berkomunikasi di media sosial.

Setelah menyebarkan *g-form*, langkah berikutnya untuk mendapatkan data adalah wawancara. Di sini, penulis menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih delapan partisipan untuk diwawancarai secara mendalam melalui aplikasi *Zoom*. Partisipan wawancara diseleksi dari *g-form* sesuai dengan kriteria pengguna aktif media sosial lebih dari delapan jam per hari dan pengguna lebih dari satu *platform* media sosial. Wawancara bersifat semi terstruktur.

Di samping menyebarkan *g-form* dan wawancara mendalam, teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumen terhadap data partisipan di media sosial antara partisipan dan dosen serta antara partisipan dan teman sejawat di dalam grup perkuliahan dan grup kemahasiswaan. Penulis mengobservasi interaksi percakapan di media sosial tempat penulis bergabung. Untuk dapat mengamati, penulis terlebih dahulu meminta izin kepada koordinator unit kemahasiswaan tersebut. Lama pengamatan percakapan di media sosial adalah tiga bulan (April sampai dengan Juni 2020).

Hasil kuesioner diolah dalam bentuk persentase frekuensi yang ditampilkan dalam grafik batang atau pie, sedangkan transkripsi hasil wawancara diamati dan dikategorisasikan sesuai isi/tema untuk mengetahui kecende-

runan partisipan dalam bertatakrama di media sosial. Untuk mendokumentasikan data media sosial, penulis menyembunyikan identitas penutur-petutur (Townsend & Wallace, 2017). Penelitian ini dibatasi pada *platform Facebook, Instagram, Line, dan WhatsApp*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi di Media Sosial

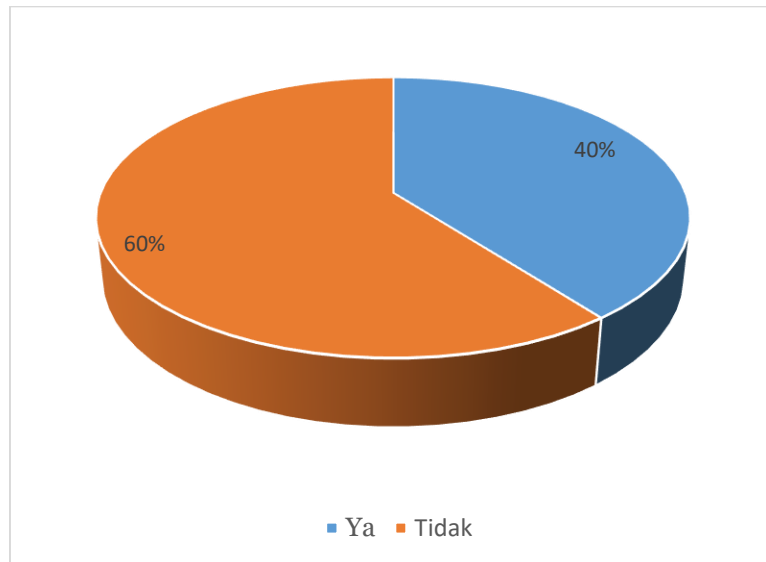
Partisipan penelitian ini menggunakan minimal dua *platform* media sosial. Sebagai mahasiswa, mereka memiliki grup *WhatsApp* atau *Line* dengan teman-teman kuliah. Selain itu, mereka memiliki grup *WhatsApp* atau *Line* dengan keluarga, teman-teman sekolah, atau lainnya. Adapun *Facebook* dan *Line* digunakan untuk berbagi pengalaman atau informasi dengan teman sejawat.

Dalam berkomunikasi, faktor siapa penutur, siapa petutur, apa pokok pembicaraan, di mana pembicaraan berlangsung, dan dalam suasana apa turut memengaruhi pemilihan bahasa yang digunakan (Hymes, 1974). Dalam grup *WhatsApp* dan *Line* perkuliahan, mahasiswa sebagai partisipan bergabung dengan dosen, maka topik pembicaraan berlatar serius seputar perkuliahan. Hal itu berpengaruh pada bahasa yang digunakan, yaitu cenderung formal karena adanya kesadaran partisipan akan kedudukan dosen yang lebih tinggi daripada mereka.

Sebaliknya, ketika berinteraksi melalui *WhatsApp* atau *Line* bersama teman-teman sebaya dalam satu kelas/seksi, mereka lebih leluasa bercakap-cakap. Dengan bahasa yang santai, mereka bercanda, menyapa, mengejek, menggoda, mengungkapkan rasa senang atau tidak senang seperti sedang bertatap muka. Kendati demikian, partisipan menganggap berbicara di media sosial tidak lebih

leluasa daripada bertatap muka (40%) (Gambar 1). Hal itu karena ada keterbatasan jumlah kata yang harus

ditulis dalam perangkat sehingga tidak heran mereka banyak menggunakan singkatan dan akronim (Chrystal, 2006).



Gambar 1. Keleluasaan Bermedia Sosial

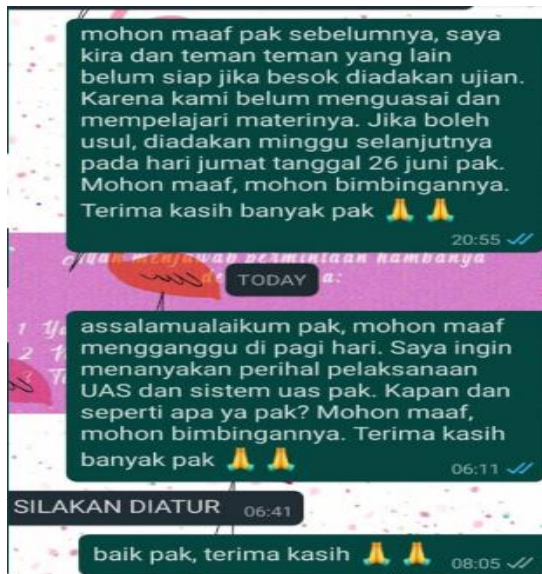
Pemilihan bahasa dalam media sosial didasari atas siapa dan bagaimana status sosial mitra bicara. Dengan dosen, misalnya, partisipan menggunakan bahasa Indonesia formal agar terkesan santun; begitu pula kepada orang yang belum dikenal. Sebaliknya, dengan teman sejawat digunakan bahasa Indonesia nonformal. Hal itu terungkap dalam cuplikan wawancara berikut.

... saya bedakan atau misalnya seperti tadi chattingan sama dosen ee mau tanya tentang mata kuliah misalnya di WA saya ketik dulu bahasanya agar supaya sopan gitu Bu, supaya lebih gimana bahasa Indonesianya lebih baik. Huruf kapitalnya ee ada yang besar kalau misalnya kalau temen seumuran kalau saya belum kenal saya pake

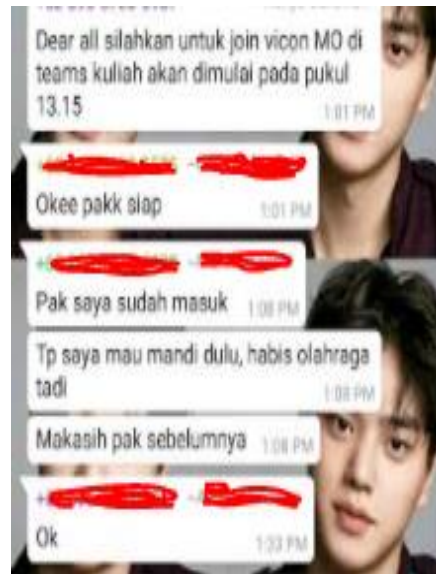
bahasa yang baku, kalau udah dekat, saya lebih santai gitu Bu, tapi tetep bahasa Indonesia yang baik (A, perempuan, 2020)

Pada Gambar 2 (a) topik percakapan mengenai masalah perkuliahan dan mitra bicara adalah dosen, maka mahasiswa cenderung menggunakan bahasa Indonesia formal. Untuk menunjukkan keakraban, meskipun dosen menggunakan bahasa formal, mahasiswa menanggapi secukupnya dengan bahasa sehari-hari bercampur dengan bahasa internet, yaitu bahasa Indonesia nonformal dengan penulisan yang disingkat dan ada perpanjangan vokal/konsonan (Chrystal, 2006) (Gambar 2b)

(a)



(b)



Gambar 2. Percakapan Dosen-Mahasiswa

Dengan teman sejawat, selain menggunakan bahasa Indonesia informal, mahasiswa menggunakan bahasa Inggris dan bahasa *alay*. Di samping itu, ada juga

pemakaian emotikon atau stiker untuk menggantikan atau mendukung kata-kata (Gambar 3).



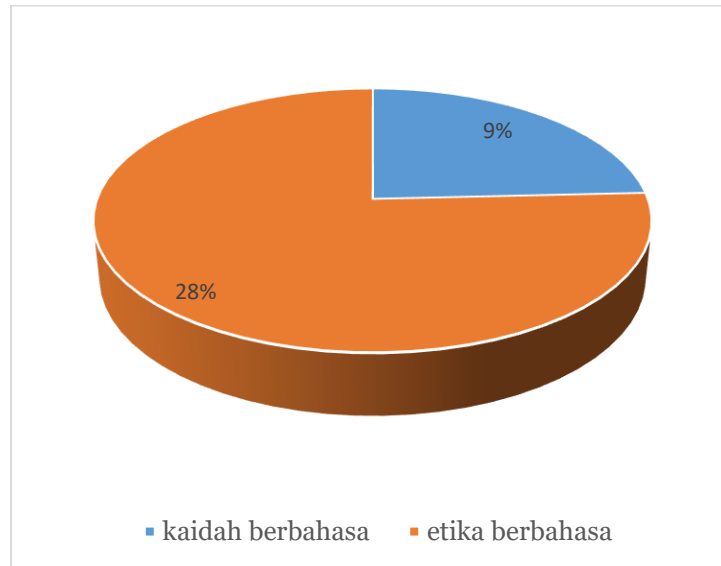
Gambar 3. Percakapan Sejawat

Partisipan penelitian ini mengakui mengutamakan tatakrma dalam berkomunikasi di media sosial dibandingkan dengan kaidah bahasa Indonesia baku

kepada siapa pun yang menjadi mitra bicara. Artinya, kaidah bahasa Indonesia formal tidak menjadi perhatian utama. Partisipan mengedepankan unsur etika

berkomunikasi dengan penggunaan bahasa yang mudah dipahami (Gambar 4). Tidak heran apabila percakapan dalam media sosial menggunakan bahasa yang diciptakan sendiri, jauh dari ciri-ciri

keformalan bahasa Indonesia, yaitu penggunaan kata-kata yang baku, ejaan yang disempurnakan, penulisan huruf kapital atau huruf miring, dan sebagainya.



Gambar 4. Pengutamaan Bermedia Sosial

Bentuk-bentuk Etika Berkomunikasi

Pengutamaan pada etika berkomunikasi menjadi perhatian utama untuk lebih berhati-hati mengirim atau menanggapi informasi mengingat sudah diterbitkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur bagaimana berkomunikasi di media sosial beserta sanksi sosialnya. Mereka menyadari bahwa kecanggihan teknologi membuat percakapan di media sosial mudah untuk ditelusuri asal-muasalnya. Ungkapan partisipan berikut menekankan pentingnya berhati-hati dalam bermedia sosial.

Ee menurut saya perlu etika, apalagi di zaman sekarang itu di medsos orang bisa menggunakan bisa memanfaatkan apa pun untuk menyerang orang lain. Terus kalau beretika kita juga hati-hati, Bu. Karena sekarang utamanya undang-undang ITE

terus kalau etika, ya sih, Bu, karena zaman sekarang banyak digitalnya kita bisa ngibuli orang secara verbal, secara digital bahkan orang yang gak kita kenal sama sekali pun karena kita ikut-ikutan. Orang bisa juga, Bu; jadi yang namanya etika itu penting (J, laki-laki, 2020).

Soalnya kan kata-katanya terekam, ada jejak rekam jadi gak berani ngomong sembarangan (I, perempuan, 2020).

Pemberlakuan UU ITE menjadi koridor bagi partisipan agar secara sadar dan bertanggung jawab menggunakan media sosial dengan bijaksana. Caranya dimulai dari diri sendiri untuk memilih kata-kata yang lebih bijak dan santun sebelum disebarluaskan (Hyun & Ru, 2021; Surniandari, 2018).

Dalam penelitian ini, etika berkomunikasi ditunjukkan partisipan dengan memakai bahasa Indonesia yang santun, tidak menggunakan kata-kata negatif, seperti kata-kata kasar atau berbau pornografi, dan tidak menyinggung perasaan orang lain. Ini dibuktikan dalam cuplikan wawancara berikut:

Bahasa yang sopan sih itu sebenarnya menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dan juga walaupun emang udah dimodifikasi ke bahasa yang lebih gaul gitu, tapi yang itu tetep mempunyai maknanya sopan sih gak ada yang bentuknya kasar atau yang lain-lain. Contohnya misalnya kan kalo bahasa Indonesia yang baik dan benar nih kita mau beristirahat kan, tapi kan mungkin kalau orang yang gaul bilangnyanya mau santai-santai gitu, itu kan hanya mengubah kata-katanya, tapi maknanya tetep positif (R, laki-laki, 2020).

Kalau gak lakuin, gak ngomong ee pornografi sama cewek gitu atau negatif kita gak ngomong keluarga gimana, ya, pokoknya gak ngomong kalimat-kalimat yang negatif di lingkungan kita dengan mereka (B, laki-laki, 2020).

Di *platform* yang terbuka dan banyak orang yang tidak saling mengenal, seperti *Instagram* dan *Facebook*, partisipan sangat berhati-hati dalam memilih kata-kata dan menyadari efek yang akan terjadi jika terlibat dalam suatu percakapan. Hal itu karena kemungkinan orang lain akan menginterpretasikan ujaran secara berbeda terhadap suatu informasi, seperti dinyatakan partisipan berikut.

Kalau di IG atau *platform* yang semua orang bisa liat, ya dijaga karena di-*chat* lebih privat, saya sama temen-temen saya misalnya saya mau ngomong apa pun, mau bahasa apa pun gak- biasa aja buat mereka, tapi kalau di IG banyak yang ngeliat, ada orang lain kan yang gak saya kenal, kalau ada oom saya. Lebih terjaga kalau di media sosial daripada di-*chat* (B, laki-laki, 2020).

WhatsApp kan lebih privasi, kalo di Instagram lebih dibuka secara umum, ga tau kata-kata yang dilontarkan itu menyinggung dia atau gak. Ujung-ujungnya bisa berantem (I, perempuan, 2020).

Kehati-hatian partisipan dalam bermedia sosial, terutama dalam memilih kata, juga dibuktikan dari hasil kuesioner yang memperlihatkan bahwa mereka lebih mengutamakan memilih kata yang akan ditulis (66%) daripada efek keterlibatan dalam interaksi (Gambar 5).



Gambar 5. Pengutamaan Pilihan Partisipan

Untuk mengurangi respon negatif dari pesan yang akan disampaikan, partisipan mencermati kembali kata-kata yang digunakan dengan membaca ulang pesan sebelum dikirim. Hal yang sama diungkapkan oleh Chrystal (2006). Namun, jika hanya memberi tanggapan singkat, partisipan tidak merasa perlu membaca ulang sebelum dikirim, seperti dinyatakan partisipan berikut.

Tergantung, kalau kontennya untuk seru-seruan doang, e saya gak baca lagi, tapi untuk sifatnya informatif yang pengaruhi orang banyak, itu saya baca lagi, ada kalimat yang perlu saya tulis lagi, ada lagi kalimat yang perlu saya tambahkan (J, laki-laki, 2020).

Ya, di media sosial dibaca ulang lagi, masalahnya kalau kita posting sesuatu, saya bukannya ngomong panjang saya maen aman, saya fotonya di satu tempat saya cuma kasih tulisan apa *caption* itu yang pendek aja, cuma tempat sama tahun. Biar gak- gak- kalau panjang-panjang takutnya entar kayak sekarang, lagi ngebahas materi apa trus saya *post* tulisan saya yang agak panjang, takutnya itu

kan ada orang yang suka, ada orang yang gak suka opini saya, Jadi, saya harus baca dulu takutnya saya salah ngomong lagi (E, perempuan, 2020).

Penelitian ini menemukan bahwa partisipan menganggap berkomunikasi secara etis ditujukan kepada siapa pun, tidak memandang usia dan status. Perbedaannya hanya pada penggunaan bahasa. Kepada yang lebih tua, bahasa yang digunakan lebih formal, sedangkan kepada yang sebaya lebih santai, menggunakan bahasa sehari-hari, seperti diungkap berikut.

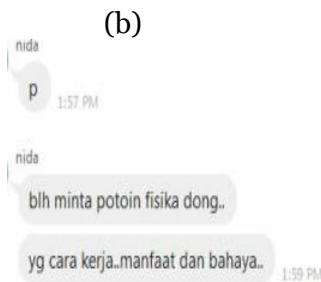
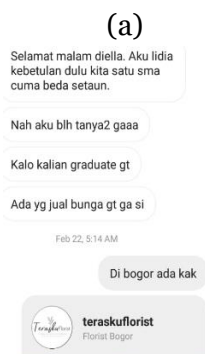
Beretika ya kepada orang yang lebih tua, dosen pengajar, terus lebih lagi ke orang yang tidak kenal dekat gitu loh, Pak...(V, perempuan, 2020).

...kalo kesopanan itu gak tergantung dari orang tua atau sebaya karna kesopanan itu kan seharusnya dilakukan ke setiap saat gitu, kan, Pak, jadi saya sendiri kalau berkomunikasi dengan teman sebaya juga tetap menjaga kesopanan gitu, tapi kan berbeda kan dari segi bahasa yang dipakai aja kalo saya. (V, perempuan, 2020)

Seperti percakapan tatap muka, tatakrama di media sosial diperlihatkan dengan tidak menginterupsi percakapan. Cuplikan wawancara berikut memberi bukti yang dimaksud.

...wujud dari etika dalam- di media sosial adalah gimana seseorang tuh menyampaikan pendapat ke orang lain atau cara merespon orang lain. Contohnya misalnya kita kan tidak boleh ya untuk misalnya orang lagi menjelaskan sesuatu trus tiba –tiba dipotong, nih gak bener kaya gitu. Itu kan gak boleh, itu kan salah satu bentuk dari etika, ya. Mungkin kita bisa menerapkan dari segi seperti itu jadi kita tunggu orang lain berbicara, kita kasih kesempatan ketika sudah selesai berbicaranya, baru kita bisa merespons atau memberikan pendapat apa yang kita pikirkan (R, laki-laki, 2020).

Bentuk komunikasi etis ditunjukkan bukan hanya melalui penggunaan bahasa yang lebih santun dan kata-kata yang terpilih, melainkan juga memperhatikan faktor luar bahasa, seperti relevansinya dengan apa yang sedang dibicarakan, waktu mengirim pesan, dan membuka ujaran dengan memperkenalkan diri, seperti diungkap berikut.



Gambar 6. Bentuk Kesantunan

Etikanya itu dalam- misalnya kita berkata-kata kita pikir dulu yang mau diomongin, usahakan apa yang mau kita omongin nyambung sama topik yang kita omongin juga.... (J, laki-laki, 2020).

... kalo menurut saya tuh itu juga cocok sih diterapkan di media sosial, misalnya kayak kalo menghubungi orang lain itu sebisa mungkin di waktu yang tepat gak kayak yang malam–malam apalagi orangnya itu lagi sibuk atau gimana, Pak. Kalo malam hari pasti mengganggu waktu istirahat, kan kayak gitu. Trus itu juga yang tadi saya bilang kaya memperkenalkan diri itu kan juga salah satu etikanya, terus menggunakan bahasa yang baik dan santun gitu – gitu Pak (V, perempuan, 2020).

Penutur juga mengawali percakapan dengan ucapan salam: *selamat malam* atau *p (permisi)*, lalu menyebutkan nama mitra bicara. Di akhir tuturan, muncul ucapan terima kasih baik kepada orang yang dihormati maupun teman sejawat. Selain itu, penggunaan kata *boleh* untuk bertanya dan meminta izin juga menandakan bentuk kesantunan bahasa. Begitu pula, bentuk sapaan *kak* (kakak), Pak/Bu (Bapak/Ibu) menandakan mitra bicara menghormati orang yang lebih tua (Gambar 6a, 6b).

Karena belum mengenal siapa mitra bicara, partisipan meminta izin pada pembuka tuturan dengan menggunakan prapermintaan (*pre-offer*), yaitu strategi bertutur untuk menghindari penolakan pada tuturan berikutnya (Tsui, 1995). Hal itu untuk mengantisipasi kemungkinan mitra bicara tidak menanggapi, di samping menjaga muka mitra bicara.

... misalnya, misalnya sama orang yang belum kita kenal sebelumnya. 'Halo perkenalkan aku Arlinda', gitu, 'mau tanya boleh, gak? Lagi sibuk, gak?' Atau gini, Bu, misalnya saya mau tanya soal, saya mau tanya teman yang gak ngerti jawabannya gimana. 'A, lagi sibuk gak, aku boleh tanya?' Jadi gak langsung gak langsung hehehe kirim gambar soal ini cara kerjainnya gimana sih. Kan, siapa tahu orang itu lagi sibuk, gitu (A, perempuan, 2020).

Di tengah percakapan yang berlangsung, kemampuan mengendalikan emosi dan mengontrol pokok pembicaraan agar tidak menyimpang juga tergolong bentuk tatakrama yang ditunjukkan partisipan di media sosial.

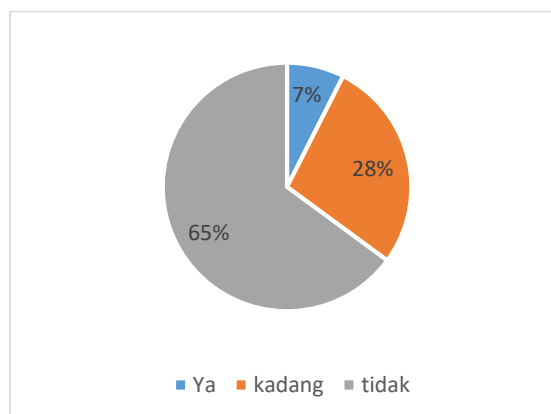
Mungkin kalo buat di media sosial sih eh... kata-katanya sih

yang menyinggung lebih kayak buat eh... kayak lebih kita bisa mengerti sebagai orang-orang oh iya ini, gak terbawa pancing emosi karena, kan jaman sekarang cepet emosi (I, perempuan, 2020).

Yang kalo lagi bicara itu sesuai dengan pokok pembicaraan, jadi gak melenceng-melenceng gitu, Bu (I, perempuan, 2020).

Kehati-hatian partisipan dalam menjunjung kesantunan berbahasa dibuktikan dengan sikap tidak berkomentar negatif. Misalnya, tidak mengutarakan kata-kata yang kotor, tidak senonoh, menyakiti mitra bicara, atau mem-bully.

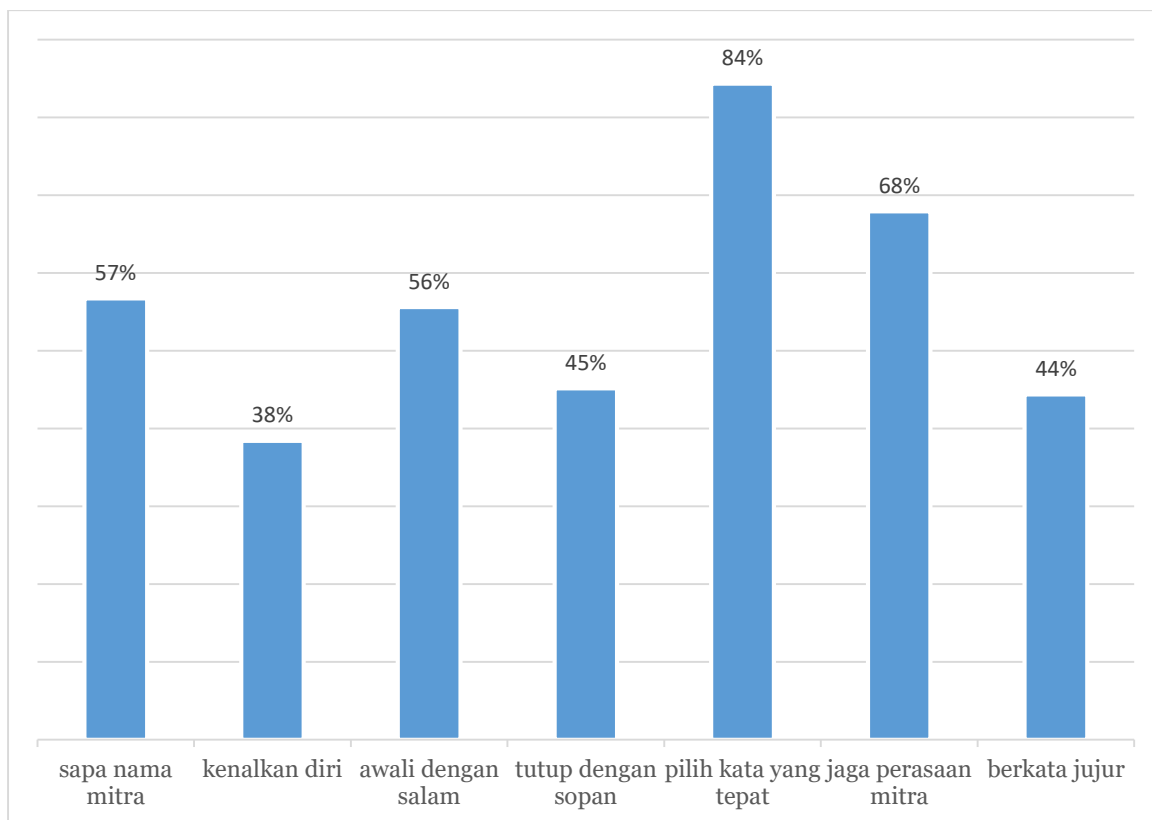
Kehati-hatian dalam memilih kata juga diakui dengan sikap partisipan yang membaca ulang pesan sebelum dikirim atau mengedit kata-kata jika diperlukan. Hal itu dilakukan oleh 65% partisipan, sedangkan 28% kadang-kadang melontarkan kata-kata negatif dan 7% menggunakan kata-kata negatif (Gambar 7). Temuan tersebut mendukung Wahyudin dan Karimah yang mengungkap bahwa pesan perlu diperiksa ulang dan dipertimbangkan sebelum dikirim (Wahyudin & Karimah, 2017).



Gambar 7. Berkomentar Negatif

Dari hasil kuesioner, dapat pula diamati bahwa partisipan menyatakan wujud etika yang mereka terapkan adalah memilih kata yang tepat (84%), menjaga

perasaan mitra bicara (68%), menyapa nama mitra bicara (57%), dan memberikan salam ketika mengawali percakapan (56%) (Gambar 8).



Gambar 8. Bentuk Etiket Bermedia Sosial

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner yang telah dijabarkan sebelumnya, disusun ringkasan bentuk

etika komunikasi generasi milenial di media sosial (Tabel 1).

Tabel 1. Bentuk Etika di Media Sosial

No.	Bentuk
1	Tidak menyinggung perasaan orang lain
2	Membaca ulang pesan sebelum dikirim
3	Memilih waktu pengiriman yang tepat
4	Memilih kata-kata yang sopan dan positif
5	Mengucapkan salam
6	Mengucapkan terima kasih
7	Memperkenalkan diri
8	Tidak menginterupsi
9	Berkata jujur
10	Menyapa dengan hormat
11	Meminta izin dengan menggunakan kata <i>boleh</i>
12	Menggunakan prapermintaan
13	Mengendalikan emosi

Menariknya, kendatipun menurut partisipan, etika dijaga dalam berkomunikasi dengan siapa saja, dari pengamatan terhadap bahasa di media sosial, ditemukan ketidaksantunan berbahasa. Bukti tersebut menguatkan hasil kuesioner penelitian ini yang menyatakan masih ada 28% partisipan

kadang-kadang melontarkan kata-kata negatif dan 7% menggunakan kata-kata negatif (Gambar 7). Ketidaksantunan yang ditemukan ditunjukkan dengan penggunaan kata-kata kasar dan kotor, seperti *goblok*, *bloon*, *bangsad*, *tai*, *kntl* (*kelamin laki-laki*), *kampret*, *babi*, dan *anjir* (Gambar 9).



Gambar 9. Bentuk Ketidaksantunan

Kata-kata tersebut dituturkan sebagai bentuk emosi kekesalan, ketidakpuasan untuk meledek dan merendahkan mitra bicara atau pihak yang sedang dibincangkan. Bentuk sarkasme ini mengandung maksud tertentu, seperti memaki, membentak, mengancam, menghujat, mengejek, melecehkan, menjelek-jelekkan, menyudutkan, mendiskriminasi, mengintimidasi, menakut-nakuti, memaksa, menghasut, dan membuat orang lain malu (Marliadi, 2019).

Ketidaksantunan dalam bentuk sarkasme terjadi dalam percakapan di media sosial, khususnya *Line* dan *WhatsApp*, di antara teman sejawat yang cenderung memiliki hubungan sosial yang dekat/akrab (Chaer, 2010). Sarkasme dapat menciptakan ketidaknyamanan bagi

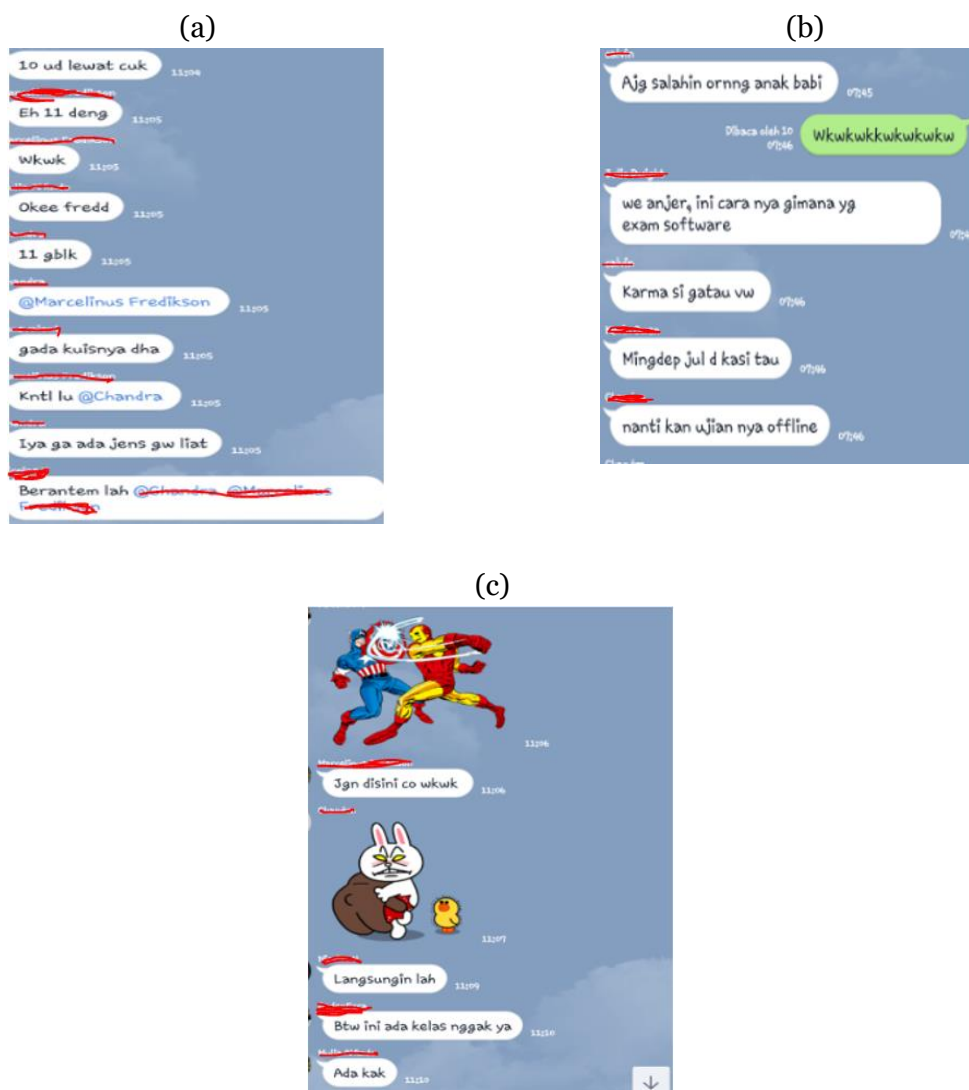
mitra bicara lainnya yang tergabung dalam grup media sosial.

Partisipan menyadari bentuk-bentuk etika bermedia sosial yang perlu dijaga, seperti diungkap berikut: “tidak komentar-komentar buruk tentang postingan dia atau nge-judge, atau *body-shaming*’ (A, perempuan, 2020); “- apa bakal ini melukai hatinya?” (I, laki-laki, 2020); “jangan ngomong kasar di *chat*, ‘oi.. kebun binatang” (J, laki-laki, 2020); “...yang tidak ... menulis kata – kata kasar atau maki – makian” (V, perempuan, 2020).

Ketika ketidaknyamanan terjadi karena ada pihak yang bertutur kurang santun, mitra bicara lainnya merespon dengan berbagai cara, seperti tidak menggubris, memaklumi, dan

menghindari konflik. Hal itu memperlihatkan, meskipun suasana tidak nyaman, tidak ada mitra bicara yang sakit hati atau menegur. Ada pula mitra bicara dalam kelompok tersebut justru memperlihatkan sikap memanas-manasi secara nonverbal melalui stiker berkelahi (Gambar 10a), mengalihkan pembicaraan (*Btw ini ada kelas nggak, ya?*) (Gambar 10b), atau menertawakan (*wkwkwk*) (Gambar 10c).

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kesantunan berbahasa berpotensi meluntur apabila peserta percakapan adalah teman sejawat yang sudah saling mengenal dan akrab. Kebebasan berekspresi dan tenggelam dengan keasyikan topik pembicaraan menyebabkan berkurangnya kontrol dalam memilih kata.



Gambar 10. (a),(b),(c) Respon Ketidaksantunan

KESIMPULAN

Partisipan penelitian ini adalah mahasiswa terpelajar yang menyadari pentingnya etika dalam bermedia sosial. Mereka cukup berhati-hati dalam berkomunikasi di media sosial, seperti di Facebook dan Twitter. Mereka menggunakan bahasa Indonesia formal dan informal ketika berkomunikasi dengan dosen, sedangkan dengan sejawat, mereka menggunakan bahasa sehari-hari bercampur bahasa Inggris dan bahasa alay.

Partisipan penelitian ini menjaga etika berkomunikasi dalam berbagai bentuk, yaitu tidak menyinggung perasaan orang lain, membaca ulang pesan sebelum dikirim jika itu merupakan informasi yang penting, memilih waktu yang tepat, memilih kata yang tepat, memperkenalkan diri, mengucapkan salam dan terima kasih, meminta izin, menggunakan sapaan hormat, meminta dengan bentuk santun *boleh*, menggunakan prapermintaan, dan berusaha mengendalikan emosi.

Etika bermedia sosial dengan dosen atau orang yang belum dikenal dijaga dengan menggunakan kata-kata yang sopan dan santai. Meskipun demikian, dari pengamatan diketahui mereka masih memperlihatkan pelanggaran tatakrama, yaitu menggunakan kata-kata kotor dan kasar.

Dari hasil penelitian ini disarankan agar generasi milenial bukan hanya sebatas memahami tata cara berbahasa (*linguistic*

etiquete), melainkan juga menerapkan etika berbahasa di media sosial dengan cara yang santun, tidak mengekspresikan kekesalan, kebencian, kemarahan, ketidakpuasan dengan kata-kata yang kasar atau kotor. Generasi milenial patut menunjukkan kepribadian yang santun di ruang publik dengan memperhatikan koridor berkomunikasi melalui penggunaan bahasa yang positif. Dengan adanya kontrol diri, hakikat media sosial sebagai media publik dapat berperan positif dalam membangun relasi dan bertukar informasi yang sehat.

Secara teoretis, penelitian ini mendukung teori mengenai bahasa dan etika yang tidak dapat dipisahkan. Beretika atau tidaknya seseorang dipengaruhi oleh bahasa yang digunakan, apakah menggunakan kata-kata yang santun, tidak kasar atau tidak kotor, dan menghormati mitra bicara.

Secara praktis, penelitian ini berimplikasi pada pengguna media sosial terbanyak, yaitu generasi milenial. Mereka perlu menunjukkan karakter yang positif melalui pemakaian bahasa yang baik dan santun di media sosial. Pemakaian bahasa di media sosial selanjutnya dapat berdampak dalam komunikasi di dunia nyata dan formal, lisan atau tulis. Hal tersebut disebabkan media sosial ditemukan berpengaruh dalam proses pembelajaran bahasa (Pikhart & Botezat, 2021).

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, J., Aman, J., Nurunnabi, M., & Bano, S. (2019). The impact of social media on learning behavior for sustainable education: Evidence of students from selected universities in Pakistan. *Sustainability (Switzerland)*, *11*(6), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su11061683>
- Abbasova, M. (2019). Language of social media: An investigation of the changes that soft media has imposed on language use. *9th International Research Conference on Education, Language and Literature, May*, 309–314.
- Afriani, F., & Azmi, A. (2020). Penerapan etika komunikasi di media sosial: Analisis pada grup whatsapps mahasiswa PPKn tahun masuk 2016 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. *Journal of Civic Education*, *3*(3), 331–338.
- Astajaya, I. K. M. (2020). Etika komunikasi di media sosial. *Widya Duta*, *15*(1), 81–95.
- Besley, A., & Chadwick, R. (1992). *Ethical issues in journalism and the media*. Roudledge.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, *9*(1), 140–157.
- Chaer, A. (2010). *Kesantunan berbahasa*. Rineka Cipta.
- Chrystal, D. (2006). *Language and the internet*. Cambrdige.
- Diana, N. (2016). Pengaruh teknologi informasi dan komunikasi terhadap etika berbahasa mahasiswa. *Al Mabhats*, *1*(1), 134–147.
- Fahrimal, Y. (2018). Netiquette: Etika jejaring sosial generasi milenial dalam media sosial. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, *22*(1), 69–78. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v22i1.82>
- Hymes, D. (1974). Model of interaction of language and social life. In Gumperz & D. Hymes (Eds.), *Direction in Sociolinguistic*. Hold & Rinehart and Winston.
- Hyun, S. do, & Ru, Y. N. (2021). *The power of language*. Haru Indonesia.
- Johannesen, R. L., Valde, K. S., & Whedbee, K. E. (2008). *Ethics in human communication*. Waveland Press Inc.
- Rachman, E., & Jakob, E. (2020). Social media: Friend or foe? *Kompas*, 7.
- Latif, Y. (2020). *Pendidikan yang berkebudayaan*. Gramedia.
- Manan, N. A. (2018). Etika bahasa dalam komunikasi media sosial (Studi kasus pada mahasiswa PGSD STIKP Muhammadiyah Kuningan). *Jurnal Ilmiah Educater*, *4*(1), 25–35.
- Marliadi, R. (2019). Tindak tutur ekspresif pujian dan celaan terhadap pejabat negara di media sosial. *Jurnal Bahasa, Sastra dan Pembelajarannya (JBSP)*, *9*(2), 132–141.
- Maulidi, A. (2015). Kesantunan berbahasa pada media jejaring sosial Facebook. *E-Journal Bahasantodea*, *3*(4), 42–49. <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/Bahasantodea/article/view/6328>.
- Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, & Rafiq, A. (2019). Etika komunikasi dalam menggunakan media sosial. *Global Komunika*, *1*(1), 14–24.

- Pertiwi, W. K. (2019). Separuh penduduk Indonesia sudah “melek” media sosial. <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/19140037/separuh-penduduk-indonesia-sudah-melek-media-sosial>.
- Pikhart, M., & Botezat, O. (2021). The impact of the use of social media on second language acquisition. *Procedia Computer Science*, 192, 1621–1628. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.08.166>
- Pranowo. (2012). *Berbahasa secara santun*. Pustaka Pelajar.
- Rianto, P. (2019). Literasi digital dan etika media sosial di era post-truth. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 24. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.24-35>.
- Santoso, I. E., & dkk. (2020). *Mendidik generasi milenial cerdas berkarakter*. Kanisius.
- Searle, J. R. (1969). *Speech act*. Cambridge University Press.
- Surniandari, A. (2018). Hatespeech sebagai pelanggaran etika berinternet dan berkomunikasi di media sosial. *Simnasiptek 2017*, 137–142.
- Syaeba, M. (2016). Etika komunikasi media sosial Facebook (Studi eksplorasi terhadap tindakan bullying bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Al Asyariah. *MITZAL, Jurnal Ilmu Pemerintahan & Ilmu Komunikasi*, 1(1), 17–37.
- Townsend, L., & Wallace, C. (2017). Social media resetarch: A Guide to ethics. In *Advances in Research Ethics and Integrity* (Vol. 2, pp. 189–207).
- Tsui, Am. B. M. (1995). *English conversation*. Oxford University Press.
- Wahyudin, U., & Karimah, K. E. (2017). Etika komunikasi di media sosial. *Prosiding Komunikasi 1(2)*.
- Wood, J. T. (2011). *Communication mosaics: An introduction to the field of communication*. Wadsworth.

